

Engert, Steffi; Danwitz, Frank von; Hennecke, Birgit; Schulte, Olaf A.; Traxel, Oliver  
**Erfolgreiche neue Wege in der Verankerung digitaler Medien in der  
Hochschullehre. Schlussfolgerungen für Strategien der Nachhaltigkeit**

Carstensen, Doris [Hrsg.]; Barrios, Beate [Hrsg.]: Campus 2004. Kommen die digitalen Medien an den Hochschulen in die Jahre? Münster u. a. : Waxmann 2004, S. 375-387. - (Medien in der Wissenschaft; 29)



Quellenangabe/ Reference:

Engert, Steffi; Danwitz, Frank von; Hennecke, Birgit; Schulte, Olaf A.; Traxel, Oliver: Erfolgreiche neue Wege in der Verankerung digitaler Medien in der Hochschullehre. Schlussfolgerungen für Strategien der Nachhaltigkeit - In: Carstensen, Doris [Hrsg.]; Barrios, Beate [Hrsg.]: Campus 2004. Kommen die digitalen Medien an den Hochschulen in die Jahre? Münster u. a. : Waxmann 2004, S. 375-387 - URN: urn:nbn:de:0111-pedocs-112923 - DOI: 10.25656/01:11292

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-pedocs-112923>

<https://doi.org/10.25656/01:11292>

in Kooperation mit / in cooperation with:



**WAXMANN**  
[www.waxmann.com](http://www.waxmann.com)

<http://www.waxmann.com>

**Nutzungsbedingungen**

Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Die Nutzung stellt keine Übertragung des Eigentumsrechts an diesem Dokument dar und gilt vorbehaltlich der folgenden Einschränkungen: Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

**Terms of use**

We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document.

This document is solely intended for your personal, non-commercial use. Use of this document does not include any transfer of property rights and it is conditional to the following limitations: All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

**Kontakt / Contact:**

peDOCS  
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation  
Informationszentrum (IZ) Bildung  
E-Mail: [pedocs@dipf.de](mailto:pedocs@dipf.de)  
Internet: [www.pedocs.de](http://www.pedocs.de)

Mitglied der

  
Leibniz-Gemeinschaft

Doris Carstensen  
Beate Barrios (Hrsg.)

# Campus 2004



**Kommen die digitalen Medien  
an den Hochschulen in die Jahre?**

Doris Carstensen, Beate Barrios (Hrsg.)

# Campus 2004

Kommen die digitalen Medien  
an den Hochschulen in die Jahre?



Waxmann Münster / New York  
München / Berlin

**Bibliografische Informationen Der Deutschen Bibliothek**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

**Medien in der Wissenschaft, Band 29**

Gesellschaft für Medien in der Wissenschaft e.V.

ISSN 1434-3436

ISBN 3-8309-1417-2

© Waxmann Verlag GmbH, Münster 2004

<http://www.waxmann.com>

E-Mail: [info@waxmann.com](mailto:info@waxmann.com)

Umschlaggestaltung: Pleßmann Kommunikationsdesign, Ascheberg

Titelbild: Wolfgang Hummer

Satz: Stoddart Satz und Layout Service, Münster

Druck: Runge GmbH, Cloppenburg

gedruckt auf alterungsbeständigem Papier, DIN 6738

Alle Rechte vorbehalten

Printed in Germany

# Inhalt

*Doris Carstensen, Beate Barrios*

Campus 2004: Kommen die digitalen Medien  
an den Hochschulen in die Jahre? ..... 9

*Georg Droschl*

Wertvolles Wissen..... 13

## Erforschtes Lernen

*Friedrich W. Hesse*

Eine kognitionspsychologische Analyse aktiven Lernens mit Neuen Medien... 15

*Gabriele Blell*

*Hyperfictions* im Spiegel der Entwicklung narrativer Kompetenz: eine  
Untersuchung bei Lehramtsstudierenden für das Fach Englisch..... 24

*Amelie Duckwitz, Monika Leuenhagen*

Usability und E-Learning – Rezeptionsforschung für die Praxis ..... 36

*Heinz Lothar Grob, Frank Bensberg, Lofi Dewanto, Ingo Düppe*

Controlling von Learning Management-Systemen –  
ein kennzahlenorientierter Ansatz..... 46

*Hermann Körndle, Susanne Narciss, Antje Proske*

Konstruktion interaktiver Lernaufgaben für die universitäre Lehre ..... 57

*Johanna Künzel, Viola Hämmer*

Psyche Multimedial: ein Ansatz zur Vermittlung von Wissen  
über emotionale und motivationale Prozesse..... 68

*Karin Schweizer, Bernd Weidenmann, Manuela Paechter*

Mangelnde Kohärenz beim Lernen in Gruppen: ein zentrales  
Problem für den Einsatz von netzbasierten Lernumgebungen ..... 78

*Burkhard Vollmers, Robert Gücker*

Der lange Weg vom Text zum Bildschirm.  
Didaktische Transformation im E-Learning am  
Beispiel des Themas Statistik ..... 89

*Günter Wageneder, Christoph Burmann, Tanja Jadin, Stephan Schwan*

Strategien der formativen Evaluation virtueller Lehre  
– Erfahrungen aus dem Projekt eBuKo-Lab ..... 100

*Isabel Zorn, Heike Wiesner, Heidi Schelhowe, Barbara Baier, Ida Ebkes*  
Good Practice für die gendergerechte Gestaltung digitaler Lernmodule..... 112

## **Didaktische Szenarien**

*Sigrid Schmitz*  
E-Learning für alle? Wie lässt sich Diversität in Technik umsetzen? ..... 123

*Rolf Schulmeister*  
Diversität von Studierenden und die Konsequenzen für E-Learning ..... 133

*Gilbert Ahamer*  
Rules of the new web-supported negotiation game “SurfingGlobalChange”.  
Game for your mark!..... 145

*Gilbert Ahamer*  
Experiences during three generations of web based learning.  
Six years of web based communication ..... 157

*Klaus Brökel, Jana Hadler*  
ProTeachNet.  
Digitale Medien und verteilte Produktentwicklung in der Lehre ..... 170

*Markus Dresel, Albert Ziegler*  
Notebookeinsatz beim selbstgesteuerten Lernen: Mehrwert für Motivation,  
Lernklima und Qualität des Lernens? ..... 181

*Gerhard Furtmüller*  
Komplexitätsgrade von Problemstellungen in der Studieneingangsphase ..... 192

*Viola Hämmer, Johanna Künzel*  
Simulationsbasiertes Problemlösetraining ..... 202

*Michael Henninger, Christine Hörmann*  
Virtualisierung der Schulpraxis an der Pädagogischen  
Hochschule Weingarten ..... 214

*Antje Proske, Hermann Körndle, Ulrike Pospiech*  
Wissenschaftliches Schreiben üben mit digitalen Medien..... 225

*Christoph Rensing, Horst G. Klein*  
EuroCom online – interaktive Online-Lernmodule zum Erwerb  
rezeptiver Sprachkenntnisse in den romanischen Sprachen ..... 235

*Guillaume Schiltz, Andreas Langlotz*  
Zum Potential von E-Learning in den Geisteswissenschaften..... 245

<i>Wolfgang Semar</i> Entwicklung eines Anreizsystems zur Unterstützung kollaborativ verteilter Formen der Aneignung und Produktion von Wissen in der Ausbildung .....	255
<i>Susanne Snajdar, Gerd Kaiser, Berthold Rzany, Trong-Nghia Nguyen-Dobinsky</i> Hochschulausbildung versus Lernen für das Leben. Mehr Kompetenzen durch ubiquitäres Bedside-Teaching mit Notebook und WLAN.....	265
<i>Julia Sonnberger, Aleksander Binemann-Zdanowicz</i> KOPRA – ein adaptives Lehr-Lernsystem für kooperatives Lernen .....	274
<i>Thomas Sporer</i> Knowledgebay – Lernspiel für digitale Medien in der Hochschullehre .....	286
<i>Friedrich Sporis</i> Der Einsatz digitaler Medien in stark standardisierten Lehrveranstaltungen. Ein empirischer Bericht aus dem Bereich Rechnungswesen .....	298
 <b><i>Die 5%-Hürde</i></b>	
<i>Peter Baumgartner</i> Didaktik und Reusable Learning Objects (RLOs) .....	309
<i>Doris Carstensen, Alexandra Sindler</i> Strategieentwicklung aus der Perspektive der Mediendidaktik. Zusammenhänge in der Organisation erkennen, schaffen und verändern .....	326
<i>Peter F. Elzer</i> Ein integriertes Lehrkonzept mit elektronischen Medien .....	339
<i>Michael Endemann, Bernd Kurowski, Christiane Kurowski</i> Verstetigung und Verbreitung von E-Learning im Verbundstudium. Onlinebefragung als Promotor und Instrument zur Einbeziehung der Lehrenden bei der Entwicklung und Umsetzung.....	349
<i>Beate Engelbrecht</i> IWF-Mediathek geht in den Hochschulen online .....	362
<i>Steffi Engert, Frank von Danwitz, Birgit Hennecke, Olaf A. Schulte, Oliver Traxel</i> Erfolgreiche neue Wege in der Verankerung digitaler Medien in der Hochschullehre. Schlussfolgerungen für Strategien der Nachhaltigkeit .....	375

<i>Gudrun Görlitz, Stefan Müller</i> Nachhaltiger Einsatz von Online-Lernmaterialien an der Technischen Fachhochschule Berlin .....	388
<i>Urs Gröbriel, Armin Seiler, Andreas Blindow</i> Marketing via WWW – Reorganisation unter Einbeziehung neuer Lerntechnologien.....	397
<i>Marc Kretschmer</i> Infrastrukturen für das E-Learning im Hochschulsektor .....	407
<i>Birgit Oelker, Herbert Asselmeyer, Stephan Wolff</i> Routine in der wissenschaftlichen Weiterbildung?! E-Learning im Master-Studiengang Organization Studies .....	416
<i>Ulrike Rinn, Katja Bett</i> Revolutioniert das „E“ die Lernszenarien an deutschen Hochschulen? Eine empirische Studie im Rahmen des Bundesförderprogramms „Neue Medien in der Bildung“ .....	428
<i>Alexander Roth, Michael Scholz, Leena Suhl</i> Webbasiertes Lehrveranstaltungsmanagement. Effizienzsteigerung durch horizontale Integration von Lehr-/Lerntechnologien.....	438
<i>Robert Stein, Heike Przybilla</i> Netzgestützter Wissenserwerb und Multimedia im Bauingenieurwesen. Die Lehr-, Lern- und Arbeitsplattform UNITRACC .....	450
Verzeichnis der Autorinnen und Autoren .....	462



## **Erfolgreiche neue Wege in der Verankerung digitaler Medien in der Hochschullehre**

### **Schlussfolgerungen für Strategien der Nachhaltigkeit**

#### **Abstract**

In den letzten Jahren wurden an vielen Hochschulen die Anstrengungen verstärkt, die Qualität der Lehre durch neue Ansätze in Beratung und Qualifizierung zu sichern und zu erhöhen. Dies geschieht vor allem durch Förderung des Einsatzes digitaler Medien und mediendidaktischer Methoden in der Lehre. Dabei erweist sich immer mehr, dass Qualifizierung und Beratung im Zusammenhang mit strategischen Zielen der Organisationsentwicklung der Hochschule gesehen und realisiert werden müssen. Das umfasst auch die Organisation der Serviceleistungen im Bereich Information, Kommunikation und Medien.<sup>1</sup> Dies wird auch international in Entwicklungsplänen und Restrukturierungsmaßnahmen von Hochschulen bestätigt.<sup>2</sup>

Der vorliegende Beitrag fokussiert folgende Fragestellungen:

a) Wie muss Beratung und Qualifizierung von Hochschullehrenden angelegt und ausgerichtet sein, um gute und tragfähige Ergebnisse im Sinne der gesamtstrategischen Ziele zu erreichen?

b) Wie kann sich Beratung und Qualifizierung von Hochschullehrenden konkret und produktiv auf die Hochschulentwicklung auswirken?

Dabei stützen sich die AutorInnen auf ihre Erfahrungen als E-Competence-BeraterInnen an der Universität Duisburg-Essen.<sup>3</sup>

## **1 E-Competence – Beratung und Qualifizierung an der Universität Duisburg-Essen: das Konzept**

Die Universität Duisburg-Essen<sup>4</sup> wurde im Sommer 2002 gemeinsam mit der Bergischen Universität Wuppertal als Modellhochschule für ein Teilprojekt der E-

---

1 Vgl. etwa Albrecht (2003); Bremer (2003); Kerres, Engert & Weckmann (2004); DINI AG (2004).

2 Z.B. University of Durham (2003); University of Middlesex (2003); zu Middlesex siehe auch Cattermole (2003).

3 Vgl. <http://www.uni-duisburg-essen.de/ecompetence/>.

Competence-Initiative des Landes NRW ausgewählt. Das Ziel dieses Teilprojekts ist es, Hochschullehrende, die bisher keine oder wenig Erfahrung mit dem Einsatz Neuer Medien in der Lehre haben, für Qualifizierungsmaßnahmen zu gewinnen. Die Hochschulen wurden u.a. ausgewählt, da sich dort ein besonders starkes Engagement von Hochschulleitung, zentralen Einrichtungen und einzelnen ProfessorInnen für den Einsatz digitaler Medien in Forschung und Lehre in einer Vielzahl von Projekten manifestierte und somit auf einen breiten Erfahrungsschatz zurückgegriffen werden kann.<sup>5</sup> Die Modellhochschulen bildeten jeweils ein E-Competence-Team von BeraterInnen und TrainerInnen. Zugleich sind sie beteiligt am Kooperationsprojekt *e-teaching@university*, das vom Ministerium für Wissenschaft und Forschung NRW mit der Bertelsmann Stiftung und der Heinz Nixdorf Stiftung (im Kontext des Programms „Bildungswege in der Informationsgesellschaft“) vereinbart wurde. In diesem Rahmen besteht eine enge Kooperation mit dem Qualifizierungsportal [www.e-teaching.org](http://www.e-teaching.org) der Bertelsmann Stiftung, das die Teams in ihrer Beratungspraxis vor Ort einsetzen.<sup>6</sup> Die Zielgruppe des E-Competence-Ansatzes sind nicht die Pioniere und Innovatoren, die in der ersten Phase des Einsatzes digitaler Medien in der Lehre zu TrägerInnen einschlägiger „Leuchtturmprojekte“ wurden. Vielmehr geht es darum, eine „zweite (und dritte) Welle“ zu gewinnen, durch die sich der Medieneinsatz in der Lehre in der Breite etabliert (vgl. Kerres et al., 2004). Diese Ausrichtung drückt sich in einem Konzept aus, das aus folgenden Haupt-Elementen besteht:

- Die Angebote – und ihre Präsentation – knüpfen direkt an die alltäglichen Erfahrungen der Lehrenden an; ihr direkter Mehrwert für den Lehrenden muss deutlich werden.
- Anders als in „klassischen“ Weiterbildungsmaßnahmen ist die Ansprache eher individuell und persönlich (Erstberatung, Intensivberatung und Coaching, in zweiter Linie Workshops in kleineren Gruppen).

---

4 Zum Zeitpunkt des Projektstarts waren der Campus Duisburg und der Campus Essen eigenständige Hochschulen, die dann mit dem 1. Januar 2003 zur Universität Duisburg-Essen fusionierten.

5 Exemplarisch sei auf folgende Projekte hingewiesen: eCampus – Notebook-University, <http://www.edumedia.uni-duisburg.de/ecampus/>; Learning Lab, <http://edumedia.online-campus.net/lab/>; Projekte um den kollaborativen Klassenraum der Gruppe COLLIDE, <http://www.collide.info/>; das „Essener Lernmodell“, <http://wip.wi-inf.uni-essen.de/elm/elm/index.html>, der Linguistik-Server Essen (LINSE), <http://www.linse.uni-essen.de/>; das Portal für Sprach- und Kommunikationswissenschaften „Portalingua“, <http://www.portalingua.uni-essen.de/>, die „Komponentenbasierte Lernsoftware für die Ausbildung von Lehrern in den Naturwissenschaften und Techniken“, <http://lpf.tud.uni-essen.de/>. Einen ausführlichen Überblick über alle Multimedia-Projekte am Campus Essen (zurzeit knapp 40) findet man in der Datenbank der Essener „Multimedia-Clearingstelle“ unter <http://www.uni-essen.de/service/multimedia.html/projekte.html>. Die Datenbank der Duisburger Projekte findet sich unter <http://ecompi.uni-duisburg.de/mmdb/index.htm>.

6 Eine ausführliche Darstellung des Portals findet sich bei Gaiser, Panke & Reinhardt (2004).

- Die Beratungsakquise ist proaktiv, konsistent und kontinuierlich.
- Die Angebote sind niedrigschwellig, aber skalierbar und „nach oben offen“.
- Die Beratung ist zielgerichtet auf die beste Lösung für den Bedarf des Hochschullehrenden, in der möglichst optimal didaktische Ziele und Mediennutzung verbunden werden.
- Die Beratung ist zieloffen – weder ein bestimmter Grad von Virtualisierung noch der Einsatz einer Lernplattform wird als explizites oder implizites „Ziel“ verfolgt.
- Im Vordergrund steht die Nutzung alltagspraktischer Anwendungen und Ressourcen, die durch den Support der zentralen Serviceeinrichtungen gestützt werden (inkl. Lehr-/Lernplattformen als *eine* Variante)
- Realisiert werden innovative Lehr-/Lernszenarien, bei denen u.a. an der Hochschule vorhandene Erfahrungen aus vergangenen Projekten genutzt und popularisiert werden.

Die E-Competence-Teams arbeiten in zunächst auf (Projekt-)Zeit angelegten Strukturen, die personell aus eigens dafür eingestellten MitarbeiterInnen bestehen. Diese E-Competence-BeraterInnen werden durch weiteres Personal aus den Zentralen Einrichtungen ergänzt. Dadurch sind die nahtlose Kooperation mit den digitalen Diensten der zentralen Einrichtungen und der wechselseitige Transfer gewährleistet. Die (medien-)didaktische Innovation wird gesichert durch die Begleitung des Projekts durch einschlägige Lehrstuhl-InhaberInnen, die ebenso wie die Leiter der drei zentralen Einrichtungen Mitglieder der Steuerungsgruppe des Projektes sind.

## **2 E-Competence: die Erfahrungen**

Bis zum Beginn des Sommersemesters 2004 wurden auf beiden Campi der Universität Duisburg-Essen 260 Hochschullehrende initial beraten. In Folgeberatungen (manchmal bis zu 12 Termine) und Workshops (auf Arbeitsgruppen- bzw. Fachbereichsebene oder fächerübergreifend) entwickelten sich neue bzw. neu angepasste Lehr-/Lernszenarien. Daraus entstand zugleich ein erster „Kundenstamm“, der als Multiplikator wirkt und weiteren Hochschullehrenden das Beratungs- und Qualifizierungsangebot der E-Competence-Teams empfiehlt.

Die „Hitliste“ der nachgefragten Angebote im Sommersemester 2003 und Wintersemester 2003/2004 auf beiden Campi war wie folgt:

	Beratungsthemen	Beratungsfälle
1.	E-Learning (LMS, ILIAS, EWS, BSCW, miless, elektronischer Semesterapparat	105
2.	Powerpoint	46
3.	Szenarien mit Smart Boards, Tablet PC u.a./mobile Szenarien (Notebook, WLAN)	31
4.	synchrone und asynchrone Kooperation und Kommunikation, z.B. Videokonferenzen, Chat, Forum, E-Mail	30
5.	seminarbegleitende Homepage, Webseiten erstellen/verwalten, HTML, CMS	25
6.	Erstellung von Lehr-/Lernmaterial (Skripte, PDF)	22
7.	Digitalisierung/Bildbearbeitung	14

Tab. 1: Häufige Beratungsthemen

Insgesamt fanden in diesem Zeitraum 318 Beratungen und 21 Workshops statt. Nicht in der Aufzählung enthalten sind reine Initialberatungen (Überblick über das Gesamtangebot von E-Competence) sowie weniger häufig nachgefragte Themen (z.B. Urheberrecht, Online-Befragungs- und Evaluationstools usw.)

Die Beratungsgespräche behandeln fast immer die didaktischen Implikationen dessen, was mit Medien und Techniken realisiert werden soll. In vielen Beratungsgesprächen wird darüber hinaus deutlich, dass nicht allein das Lehren und Lernen von Veränderungen tangiert ist, sondern ebenso sehr das Management von Lehrveranstaltungen und der Arbeitsabläufe in Instituten und Fakultäten (Beispiel: Wer ist für was zuständig? Wer kann am Institut die dauerhafte Unterstützung bestimmter neuer Lehr-/Lernformen gewährleisten? Wie kann man Internet-Technologien einsetzen, um den Institutsbetrieb effektiver zu gestalten und was ist dazu an Qualifizierung des Personals erforderlich?).

Weitergehend stellen sich Fragen danach, wie die neuen Lehr-/Lernmethoden in ihrer didaktischen Qualität und die entsprechenden organisatorischen Kontexte nachhaltig gesichert und breit durchgesetzt werden können. Angesprochen sind hiermit grundsätzliche Fragen der Organisations- und Personalentwicklung der Hochschule, aber auch Überlegungen, wie Anreize geschaffen werden können, um Hochschullehrende nachhaltig für neue Wege in der Lehre zu motivieren.<sup>7</sup>

Dass bereits heute der Bedarf von den Zielgruppen selbst in einem Maß erkannt wird, das über die Möglichkeiten des derzeitigen Angebots hinausgeht, belegen die Umfragen, die von den E-Competence-Teams in Duisburg und Essen durchgeführt wurden. An beiden Campi wurden im Sommersemester 2003

<sup>7</sup> Als sehr erfolgreich scheinen sich hochschulinterne kleinere Förderprojekte zu erweisen; s. dazu z.B. die Erfahrungen der Universität Stuttgart mit dem Programm „100 Online“, durch das seit 2001 230 kleinere E-Learning-Projekte gefördert wurden; s. Burr (2004) und die TU Darmstadt mit dem Programm „TUD online“; s. Rensing (2004).

flächendeckend Fragebögen verschickt, um die vorhandene Medienkompetenz sowie die Beratungs- und Qualifizierungsbedarfe zu ermitteln (Traxel, Schulte & Hennecke, 2004; von Danwitz, 2004). Der Versand erfolgte digital und in Papierform, um auch die den „Neuen Medien“ kritisch gegenüber stehenden Lehrenden zu erreichen. Die Rücksendung und Auswertung der Fragebögen erfolgte anonym.<sup>8</sup> Je nach Fakultät beantworteten zwischen ca. 40% (Ingenieur-, Natur- und Geisteswissenschaften), 50% (Wirtschaftswissenschaften) und 60 % (Gesellschaftswissenschaften) der Befragten, dass ihnen E-Competence als Einrichtung an der Universität bekannt ist<sup>9</sup>, was als Erfolg der zahlreichen, kontinuierlichen und alle „Kanäle“ umfassenden Werbemaßnahmen gewertet werden kann. Allerdings folgt daraus nicht, dass das E-Competence-Angebot im Einzelnen ebenso bekannt wäre. Dies war nur bei 5 bis 20% der Befragten der Fall.

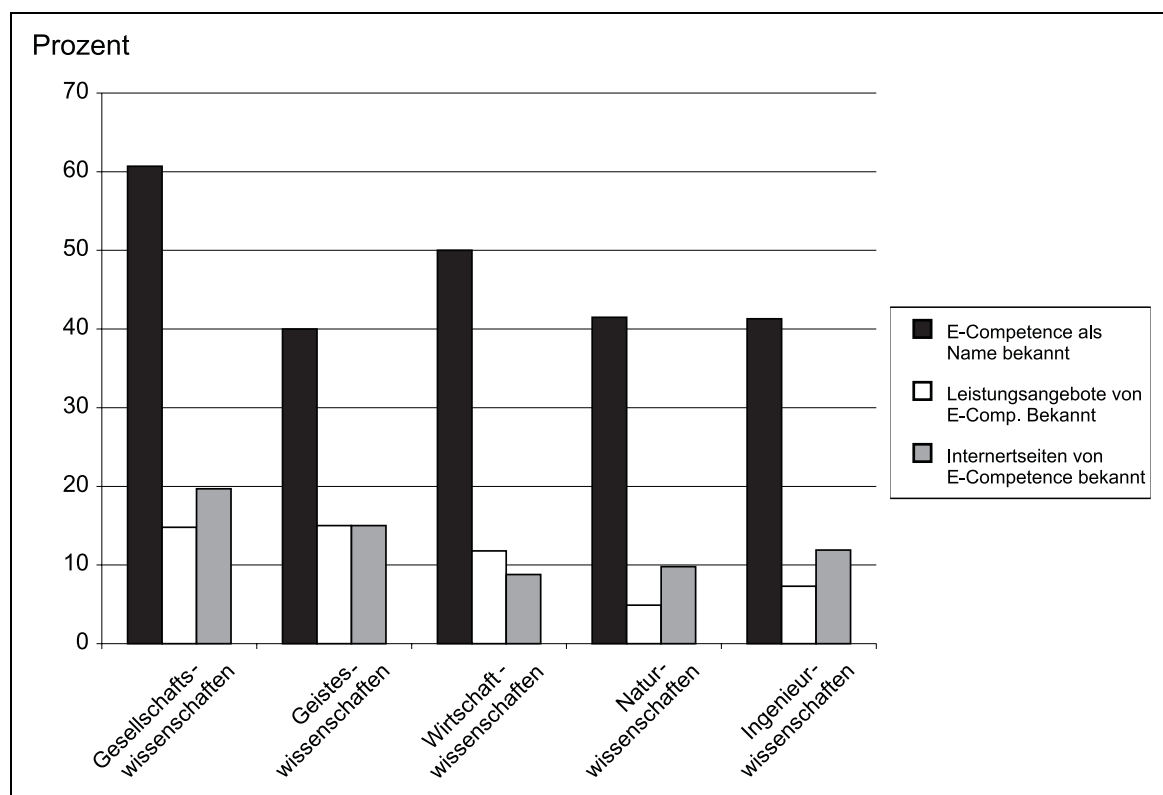


Abb. 1: Bekanntheitsgrad von E-Competence

Hieraus wurde bereits der Schluss gezogen, neben der allgemeinen Werbung zielgenauere Themeninfos (z.B. Flyer zu Lernplattformen) zu verbreiten.

Die Beratung und Qualifizierung von Hochschullehrenden wird von den Befragten mehrheitlich als „wichtig“ bis „sehr wichtig“ angesehen. Eine genauere Differenzierung nach Fakultäten zeigt die folgende Grafik.

<sup>8</sup> Der Rücklauf liegt dabei auf unterschiedlichem Niveau: 19% in Essen, 39% in Duisburg.  
<sup>9</sup> Diese Frage wurde nur in Duisburg gestellt.

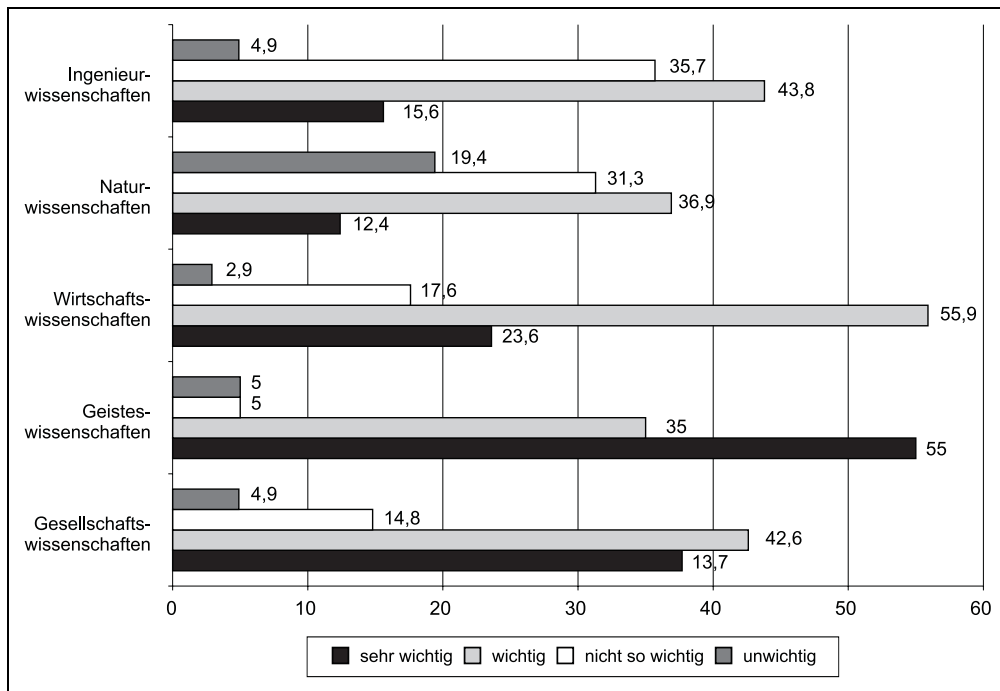


Abb. 2: Wichtigkeit von Beratungs- und Qualifizierungsangeboten

Auf der Ebene der Beratungsinhalte dominieren die Wünsche nach Beratungen im Bereich des Erstellens von Internetseiten und Lehrmaterialien, gefolgt vom Wunsch nach Verbesserung der eigenen Präsentationstechniken, sowie Urheberrechtsfragen (vgl. von Danwitz, 2004; Traxel et al., 2004).

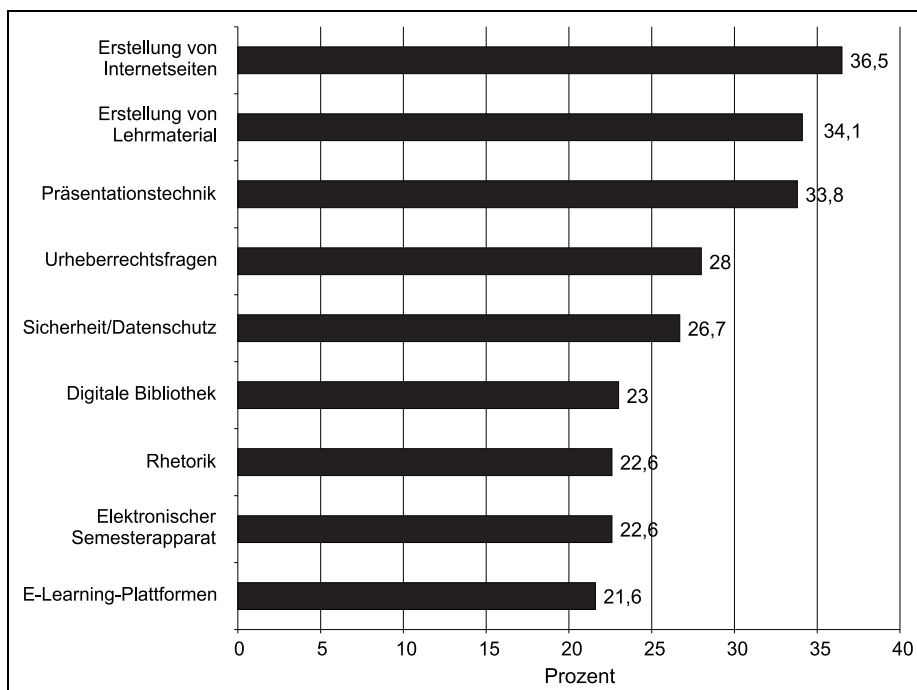


Abb. 3: Beratungswünsche, Beratungsbedarfe (von Danwitz, 2004)<sup>10</sup>

<sup>10</sup> Die Ergebnisse auf dem Essener Campus entsprechen den hier dargestellten Duisburger Zahlen.

Besonders interessant bei der Ermittlung der Beratungsbedarfe (anders ausgedrückt: des noch nicht ausgeschöpften Potentials für E-Competence-BeraterInnen) ist die Frage, inwieweit zukünftig das Internet als „Kommunikationskanal“ für Lerninhalte von bisherigen NichtnutzerInnen eingesetzt werden soll. Über 90% dieser Teilgruppe der Befragten planen die Distribution der Lehrinhalte via Internet und favorisieren eine vorherige Beratung (vor allem in den Geistes- und Gesellschaftswissenschaften).

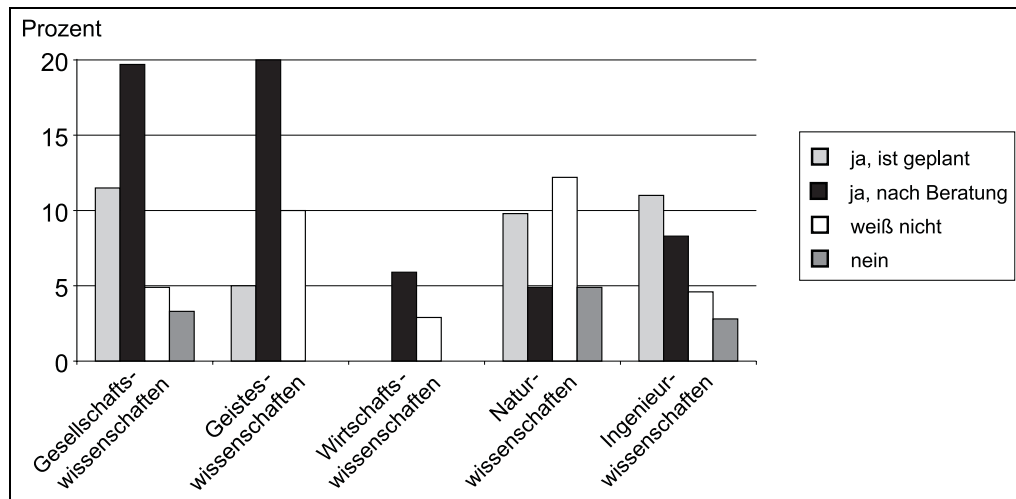


Abb. 4: Distribution von Lehrmaterialien via Internet

Bei der Frage nach der favorisierten Beratungsform steht das persönliche Gespräch – wenn auch in unterschiedlichem Maße je nach Standort – vor den Beratungen in Gruppen. Schulungen und Workshops finden den größten Anklang im Format der Gruppenschulung, auch auf Abteilungsebene:<sup>11</sup>

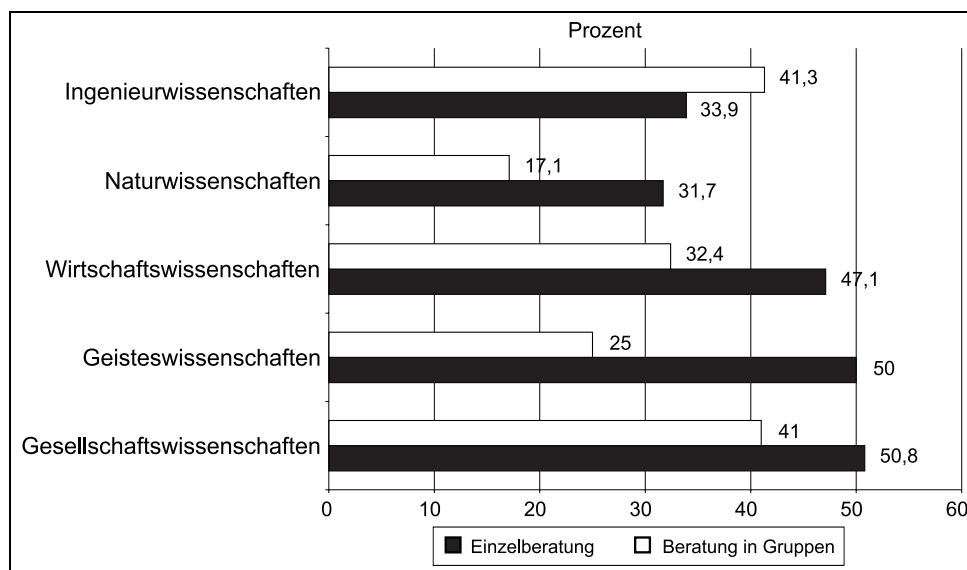


Abb. 5: Gewünschte Beratungsformate (Duisburg)

<sup>11</sup> Laut Duisburger Umfrage sind die Hochschullehrenden durchaus bereit, Zeit (etwa ½-1 Tag pro Workshop) für Weiterbildungsmaßnahmen aufzuwenden.

Beratungsform	Anteil
Persönliche Beratung	55,48 %
Informationen im Internet	32,56 %
Kurse / Workshops	54,12 %
Sonstiges	2,00 %

Tab. 2: Gewünschte Beratungsformate (Essen)

Hieraus ergibt sich, dass beide Formen angeboten werden sollten. In der bisherigen Praxis der E-Competence-Teams ergibt sich meistens – aber keineswegs immer – der Einstieg über die Einzelberatung, der dann später die Gruppenberatung folgt.

Die Option, Informationen zum Einsatz digitaler Medien auch im Internet abzurufen, findet ebenfalls Anklang, wenngleich in geringerem Maße als die persönliche Beratung. Solche Online-Angebote sollten Informationen sowohl auf einführendem als auch auf fortgeschrittenem Niveau bieten. Entscheidend für den Nutzwert ist die Verknüpfung zu lokalen Besonderheiten mit einem breiten und aktuellen Informationsangebot.

### 3 E-Competence und das „Modell für Faculty Engagement“

Die E-Competence-Teams sind konzeptionell in einem Modell verankert, das über alle Ebenen der Hochschule reicht. Dabei entstehen zahlreiche Wechselwirkungen, die es strategisch zu nutzen gilt.

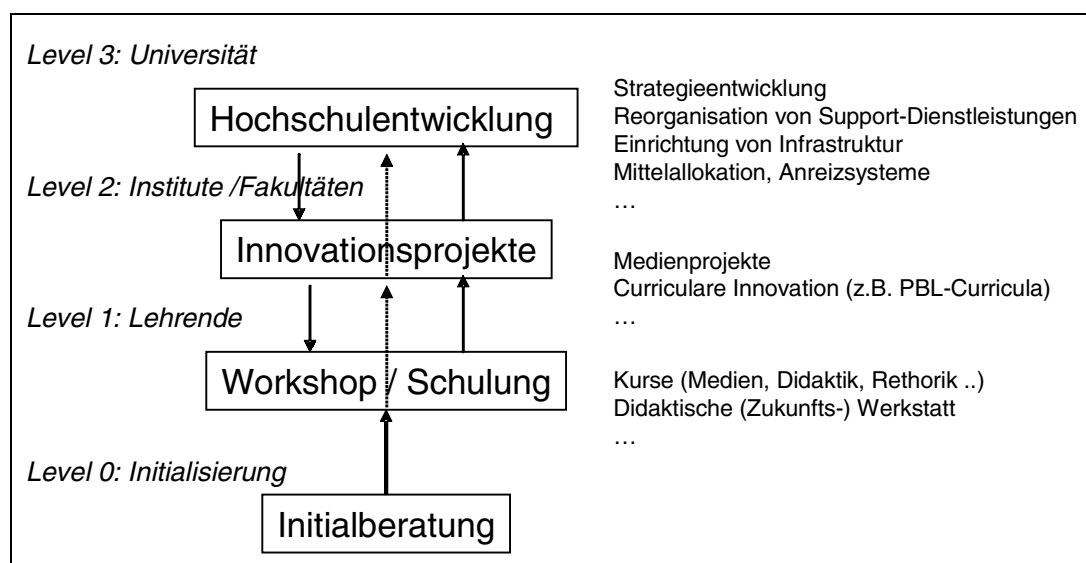


Abb. 6: E-Competence-Modell für Faculty Engagement (Kerres et al., 2004)



Das Hauptarbeitsfeld von E-Competence liegt auf den unteren beiden „Levels“ der Initialberatungen und – darauf aufbauend – der Workshops. Die Initialberatung (und die vorausgehende proaktive Beratungsakquise) ist der Einstiegspunkt in das Modell. Von den Erfolgen auf Level 0 und 1 hängt es ab, ob eine „kritische Masse“ unter den Hochschullehrenden aufgebaut werden kann, die sich dann kompetent und nachhaltig um die Innovationsprojekte kümmern. Es geht nicht darum, große, aber einsame „Leuchtturm-Projekte“ zu emulieren, sondern um eine breite und solide Verankerung in den Fächern und Fakultäten. Das bietet besonders für die neuen „Bologna“- Studiengänge notwendige Impulse und Orientierungen für Innovationen beim Aufbau der Curricula.

Das Modell veranschaulicht die wechselseitige Orientierung von E-Competence-Angeboten auf Level 2 und Level 3 (Fakultäten/Institute *und* Hochschulentwicklung). Zum einen entstehen die curricularen Innovationen in den Fakultäten/Instituten durch Beratungs- und Qualifizierungsangebote, zum anderen müssen sie sich dynamisch an die Ziele und Bedürfnisse der Institute und Fakultäten anpassen. Somit fließt der innovative Impuls – im Sinne einer dialogischen Weiterentwicklung – in zwei Richtungen. Analog gilt das für die Beziehung E-Competence – Hochschulentwicklung/Strategie. So spielen z.B. heute in der fusionierten Hochschule Duisburg-Essen die Erfahrungen mit dem E-Competence-Ansatz eine wichtige Rolle bei den konzeptionellen Überlegungen zur Reorganisation der Servicedienste-Einrichtungen im Bereich Information, Kommunikation und Medien.

## **4 Von Projekten zur nachhaltigen Verankerung in der Hochschulorganisation**

Aus der konkreten E-Competence-Praxis an den Modellhochschulen, aber auch an anderen Hochschulen, die ähnliche Wege, teils mit anderen organisatorischen Formen gegangen sind (vgl. Bremer & Kohl, 2004), ebenso wie aus strategischen Erwägungen zur Organisationsentwicklung, ergibt sich die Notwendigkeit, die E-Competence-Aktivitäten in einen Regelbetrieb zu überführen. In diesem Zusammenhang sollte die Beratung und Qualifizierung von Hochschullehrenden genauer justiert und organisatorisch positioniert werden. Ein Regelbetrieb für den Einsatz digitaler Medien setzt zum einen eine einheitliche Ansprechstelle für Anfragen aller Art (z.B. Hilfestellungen, elektronisches Publizieren, Medienproduktion, Betrieb komplexer Softwareplattformen, Problemmeldungen usw.) voraus. Zum anderen müssen die in unterschiedlichen Einrichtungen vorhandenen Kompetenzen (z.B. hochschuldidaktische Beratung und Schulung, Medienproduktion usw.) gebündelt und als Dienstleistung aus einer Hand angeboten werden. Eine Voraussetzung für die Etablierung tragfähiger, nachhaltiger Praktiken ist dabei eine Anbindung an die Hochschulleitung und die Formulierung expliziter strategischer

Aussagen, um die Positionierung der Hochschule sichtbar zu machen (Level 3). Darüber hinaus ist eine zuverlässige Verknüpfung mit Organisationseinheiten der Fakultäten und Institute zu gewährleisten, um u.a. Verantwortlichkeiten und Servicestrukturen festzulegen und die Weiterentwicklung von Forschung und Lehre durch Neue Medien zu unterstützen (Level 2). Die hierzu notwendigen Dienstleistungen für die Beratung und Schulung in den Bereichen Medienkompetenz und Hochschuldidaktik sowie das erforderliche Change Management (Marketing, Kommunikation usw.) sind organisatorisch abzusichern. Gegebenenfalls wird eine Reorganisation des Aufbaus und der Ablauforganisation bestehender Service-Einrichtungen erforderlich.<sup>12</sup>

## **5 Sechs Erfolgsfaktoren für die Verankerung von E-Competence in Duisburg-Essen**

Das Resümee der bisherigen Praxis der E-Competence-Teams in Duisburg-Essen lässt sich in „sechs Erfolgsfaktoren“ zusammenfassen:<sup>13</sup>

- 1 Die gute Zusammenarbeit der zentralen Einrichtungen ist eine der wesentlichen Voraussetzungen für den Erfolg einer E-Competence-Strategie, z.B. durch
  - eine gemeinsame langjährige Multimedia-Strategie,
  - Arbeitsteilung in den Kernkompetenzen,
  - kooperativ betreute Überlappungsbereiche mit klaren Zuständigkeiten sowie
  - gemeinsam bereitgestellte Infrastrukturen.
- 2 Die Kooperation mit mediendidaktisch innovativen Lehrstühlen und MultiplikatorInnen aus den Fachbereichen und Fakultäten ist anzustreben. Dadurch wird die Verbreitung von Ergebnissen und Erfahrungen aus erfolgreichen Einzelprojekten ebenso ermöglicht wie die Verankerung in den Fachbereichen und Fakultäten.
- 3 Eine proaktive, nachhaltige und persönliche Ansprache der Lehrenden sollte im Rahmen einer ausdifferenzierten Strategie erfolgen:
  - Nutzung aller verfügbaren Kommunikationskanäle (E-Mail, Telefon, elektronischer Newsletter, Webseiten bzw. lokales Supportportal, Flyer und andere Printpublikationen), vor allem aber über das persönliche Gespräch,

---

12 Vgl. z.B. Bode, Lix & Weckmann (2003); s. auch das Beispiel der Uni Graz, wo „Neue Medien in der Lehre“ direkt verbunden ist mit der Abteilung für Lehrentwicklung bei der Hochschulleitung. Ein weiteres Beispiel: bei der University of Minnesota ist „Technology Enhanced Learning (TEL)“ unmittelbar angebunden an den Vice-Provost.

13 Vgl. Hennecke, Schulte & Traxel (2004).

- individuelle, bedarfsorientierte Betreuung, einschließlich der notwendigen Diskretion sowie
  - ein Beratungskonzept zur Vermittlung technischer wie didaktischer Informationen, Anregungen und Kompetenzen sowie passgenaue Workshops, orientiert am „reflektierten Nutzen des Medieneinsatzes“ (Albrecht, 2003).
- 4 Die Zielgruppenorientierung steht im Mittelpunkt und sichert
    - eine große Flexibilität des Angebots,
    - eine maximale Bandbreite der Beratungs-Themen, vom Einsatz von E-Mail bis zur Seminaredurchführung auf einer Lehr-/Lernplattform sowie
    - die Skalierbarkeit des Angebots von „niedrigschwellig“ bis „anspruchsvoll“.
  - 5 Die Kooperation mit anderen Medienkompetenz-BeraterInnen schafft Synergie-Effekte durch den Austausch über Strategien, Erfolge und Schwierigkeiten (Kooperation der E-Competence-Teams in Wuppertal, Duisburg und Essen; Workshops; Konferenzen).
  - 6 Die Verstetigung von E-Competence muss zentrale Hochschulstrategie sein; der Ansatz sollte auf möglichst hoher Ebene in der Hochschulführung verortet werden.

## 6 Schlussbemerkung

Der hier dargestellte E-Competence-Ansatz ist das Ergebnis der lokalen Praxis in einem Förderprojekt nach 12 bis 18 Monaten Laufzeit.<sup>14</sup> Die vorgelegten Zahlen und Fakten beziehen sich auf diese Erfahrung, die ein „Work in process“ bleibt. Vor diesem Hintergrund erarbeiten derzeit die drei E-Competence-Teams der Modellhochschulen in NRW ein transferfähiges Beratungskonzept. Denn der Abgleich mit anderen ähnlich gerichteten Kompetenzzentren, mediendidaktischen oder E-Learning-Einrichtungen – u.a. geschehen auf dem Expertenworkshop „eLearning Strategien – eLearning Kompetenzen an Hochschulen“ in diesem Frühjahr in Frankfurt<sup>15</sup> – bestätigt, dass die Probleme sich an den Hochschulen grundsätzlich ähnlich stellen.

Das betrifft einmal die praktischen Fragestellungen wie z.B. das Erreichen der Zielgruppe, die Zusammenstellung eines optimalen Angebotes oder die Rolle von E-Learning im Gesamtkonzept der Hochschule. Darüber hinaus gehend stellt sich die Frage der „Verortung“ und Zielausrichtung von E-Competence in der Hochschulstrategie. Unser Modell für Faculty Engagement erläutert die grundsätzlichen

<sup>14</sup> Der Start war an den beiden Standorten Duisburg und Essen nicht gleichzeitig.

<sup>15</sup> Vgl. Bremer & Kohl (2004). Zu ähnlichen Ergebnissen kam bereits der Workshop „Qualifizierung und Beratung von Dozierenden für Medien in der Lehre“, der von den E-Competence Teams Duisburg und Essen im Rahmen der GMW03 veranstaltet wurde.

Zusammenhänge für den schwierigen Übergang der als Projekt gestarteten Ansätze hin zur nachhaltigen Verankerung im Serviceangebot der Hochschulen.

## Literatur

- Albrecht, R. (2003). *E-Learning an Hochschulen – die Implementierung von E-Learning an Präsenzhochschulen aus hochschuldidaktischer Perspektive*. Berlin: dissertation.de.
- Bode, F., Lix, B., Weckmann, H.-D. (2003), Serviceorientierte Infrastrukturen an Hochschulen. Tagungsband, Universität Duisburg-Essen. Online abrufbar unter: <http://www.uni-duisburg.de/HRZ/aktuelles/events/20030603/>
- Bremer, C. (2003). Hochschullehre und Neue Medien. Medienkompetenz und Qualifizierungsstrategien für Hochschullehrende. In U. Welbers (Hrsg.), *Hochschuldidaktische Aus- und Weiterbildung*. (S. 323–345). Gütersloh: Bertelsmann
- Bremer, C. & Kohl, K. (Hrsg.) (2004). *eLearning Kompetenz und eLearning Strategien an Hochschulen*. Gütersloh: Bertelsmann (im Druck).
- Burr, B. (2004). eLearning Programme der Universität Stuttgart. In C. Bremer & K. Kohl (Hrsg.), *eLearning-Kompetenz und eLearning-Strategien an Hochschulen*. Gütersloh: Bertelsmann (im Druck).
- Cattermole, J. (2003). Managing in a converged service. Some consideration from Middlesex University. In *Infotheca 2003* (1); <http://www.unilib.bg.ac.yu/en/e-sources/infotheca/1-2003/cattermole1.php> (03.05.2004).
- Danwitz, F. von (2004). *Medien in der Hochschullehre – Eine Analyse der Beratungs- und Qualifizierungsbedarfe zur Förderung des Einsatzes digitaler Medien in der Hochschullehre an der Universität Duisburg-Essen am Campus Duisburg*; <http://www.uni-duisburg.de/~hz00314/download/index.htm> (03.05. 2004).
- DINI-AG „E-Learning und Multimediakompetenz“ (2004). „E-Kompetenzen“ für Forschung und Lehre. Neue Qualifikationen für Hochschullehrende; <http://www.diepold.de/e-kompetenzen.html> (29.4.2004).
- Gaiser, B., Panke, S. & Reinhardt, J. (2004). [www.e-teaching.org](http://www.e-teaching.org) – ein Qualifizierungsportal für Hochschullehrende. In C. Bremer & K. Kohl (Hrsg.), *eLearning-Kompetenz und eLearning-Strategien an Hochschulen*. Gütersloh: Bertelsmann (im Druck).
- Hennecke, B., Schulte, O.A. & Traxel, O. (2004). Erfolgsfaktoren für den nachhaltigen Einsatz digitaler Medien in der Hochschullehre am Beispiel der Universität Duisburg-Essen. In C. Bremer & K. Kohl, K. (Hrsg.), *eLearning-Kompetenz und eLearning-Strategien an Hochschulen*. Gütersloh: Bertelsmann (im Druck).
- Kerres, M., Engert, S. & Weckmann, H.-D. (2004). Das Duisburger eCompetence-Modell für Faculty Engagement. Gewinnung einer zweiten Welle von Lehrenden für einen innovativen Medieneinsatz in der Lehre. In C. Bremer & K. Kohl, K. (Hrsg.), *eLearning-Kompetenz und eLearning-Strategien an Hochschulen*. Gütersloh: Bertelsmann (im Druck).

- Rensing, C. (2004). Die Technische Universität Darmstadt auf dem Weg zur Dual Mode TUD. In: C. Bremer & K. Kohl, K. (Hrsg.). *eLearning-Kompetenz und eLearning-Strategien an Hochschulen*, Gütersloh: Bertelsmann (im Druck)
- Traxel, O., Schulte, O.A. & Hennecke, B. (2004). Wie e-kompetent sind Hochschullehrende? Eine Befragung zum Thema E-Learning / E-Teaching. In *Das Hochschulwesen* 3 (4) (In Vorbereitung).
- University of Durham (2003). *Teaching and Learning Handbook*; <http://www.dur.ac.uk/teachingandlearning.handbook/7-1-5-2.pdf> (30.04.04).
- Universität Graz (2003). *Neue Medien in der Lehre*; <http://neuemedien.uni-graz.at/> (30.04.04).
- University of Middlesex. *Corporate Plan for Middlesex University 2003-2008*; <http://www.mdx.ac.uk/mission/corporate.htm> (30.04.04).
- Universität Stuttgart (2002). *100 Online*; <http://www.uni-stuttgart.de/100-online/> (30.04.04).